

## Estrategias de manejo de impresiones y su relación con variables psicológicas en una muestra mexicana<sup>1</sup>

### Impression management strategies and their relationship with psychological variables in a Mexican sample

Alan Iván González Jimarez<sup>2</sup>, Pedro Wolfgang Velasco Matus y Brian Tavizón Sierra

Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Zaragoza.

#### RESUMEN

Las estrategias de manejo de impresiones permiten a los individuos controlar la información que proyectan a los demás, crear identidades deseadas y alcanzar metas<sup>1</sup>. Estas implicaciones han atraído un gran interés académico, que han resultado en la realización de múltiples investigaciones en torno a este concepto; sin embargo, hasta el momento no existe un consenso entre los factores que intervienen en el uso de estas estrategias. Por lo anterior, este estudio tuvo por objetivo analizar la relación entre las estrategias para el manejo de impresiones con la autoestima, identidad, discriminación y bienestar subjetivo. Los resultados sustentaron hallazgos anteriores al obtener como principales predictores en el uso de estrategias defensivas al afecto negativo, la ausencia de autoestima positiva y la identidad social y, por otro lado, en el uso de estrategias asertivas a la discriminación, la identidad social, la ausencia de autoestima positiva, el afecto negativo y el afecto positivo.

**Palabras clave:** Manejo de impresiones, discriminación, autoestima, bienestar subjetivo, identidad.

#### ABSTRACT

Impression management strategies allow individuals to control the information they project to others, create desired identities and reach goals. These implications have attracted an academic interest that has turned into extensive research to this issue. Nevertheless, there is no consensus among the factors involved in the use of these strategies. Therefore, this study aimed to analyze the relationship between impression management strategies and: self-esteem, identity, discrimination and subjective wellbeing. The results support previous findings as the main predictors of defensive strategies on the negative affect, the absence of positive self-esteem and social identity. On the other hand, there were previous findings on assertive strategies towards discrimination, social identity, absence of positive self-esteem, negative affect and positive affect.

**Key words:** impression management, discrimination, self-esteem, subjective well-being, identity.

<sup>1</sup>Este artículo forma parte de: a) Proyecto de investigación "Discriminación, Cognición Social y Habilidades para la Vida como predictores del bienestar de Adultos Mexicanos", avalado por el Comité Académico de la carrera de Psicología de la FES-Zaragoza de la UNAM (Oficio FESZ/PSIC/511/17) y b) Proyecto de servicio social con clave de registro 2017-12/48-2507, FES-Zaragoza, UNAM.

**Correspondencia:** <sup>2</sup>Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Zaragoza. E-mail: alanjimarez@gmail.com

## INTRODUCCIÓN

La preocupación con el modo en que otros consideran a cada individuo y la presentación de sí mismo ante los demás en un entorno social, es una experiencia cotidiana tan común y ordinaria que para la mayoría pasa desapercibido<sup>2</sup>, sin embargo, influye en una amplia gama de comportamientos en diferentes ámbitos en los que se desenvuelve cada persona como lo son el trabajo, la escuela y la familia. Así, los resultados de las personas en la vida y el éxito, tanto de su comunicación como de sus relaciones interpersonales, están influenciados en gran medida por las impresiones que otros formen de ellos<sup>3</sup>.

Por lo anterior, desde que Goffman<sup>4</sup> identificó el manejo de impresiones o auto-presentación como un proceso interpersonal fundamental, se han desarrollado desde diferentes áreas de estudio tres principales enfoques desde los que se aborda el concepto: como un rasgo que poseen las personas y que da pie a utilizar diferentes estrategias<sup>5-6</sup>; como un proceso mediante el cual se controlan las imágenes que se proyectan a los demás<sup>7-8</sup>; y como un conjunto de estrategias o tácticas que las personas utilizan para controlar la información que proyectan a los demás y crear impresiones o identidades deseadas con el fin de alcanzar metas<sup>1-9</sup>.

Retomando este último enfoque, las estrategias para el manejo de impresiones han sido clasificadas en dos categorías: asertivas y defensivas<sup>10-11</sup>. Por un lado, las auto-presentaciones defensivas ocurren cuando un evento o situación es interpretado como peligroso, ya que existe la posibilidad de que se estropee una identidad deseada y están destinados a defender o reparar la impresión proyectada, así como para disminuir los efectos negativos del evento precipitante<sup>12</sup>. Por otra parte, las auto-presentaciones asertivas son acciones y comportamientos que se llevan a cabo de manera proactiva para establecer y promover impresiones positivas deseadas<sup>13-14</sup>.

Dentro de la literatura, investigaciones como las de Zhang, Du, Lei y Zheng<sup>15</sup> y Karam, Sekaja y Geldenhuys<sup>16</sup>, entre otros, se han dedicado al análisis de los factores que moderan el grado en que las personas están motivadas a manejar sus impresiones, así como el contenido de las imágenes que tratan de presentar y los tipos de estrategias empleadas a través del desarrollo de escalas. También, el concepto ha sido relacionado con diferentes variables psicológicas como la autoestima<sup>17-18</sup>, la satisfacción con la vida<sup>19</sup>, la personalidad<sup>20</sup>, entre otras. Específicamente las estrategias defensivas se han asociado con varios indicadores de afecto o emoción negativos: la ansiedad

social<sup>21</sup>, la necesidad de aprobación<sup>19</sup>, la inseguridad crónica<sup>22</sup> y la autoestima negativa<sup>23</sup>, por mencionar algunos.

Sin embargo, a pesar de la diversidad de investigaciones y modelos propuestos, hasta el momento en la literatura no existe un consenso entre los factores que intervienen para que las personas usen en mayor o menor medida estrategias para manejar impresiones y la cantidad de literatura en torno al tema en nuestro país es escasa. Por lo anterior, en este estudio se analizaron variables como la autoestima, la identidad, la discriminación, el afecto y la satisfacción con la vida, las cuales se definen a continuación.

La autoestima se refiere a una evaluación que involucra pensamientos y sentimientos que un individuo realiza y mantiene sobre sí mismo,<sup>24-25</sup> en la que se analizan tanto las virtudes y cualidades personales, como los logros obtenidos en relación con uno mismo y al contexto social<sup>26</sup> vinculados a un autoconcepto ideal, que involucra tanto lo que le gustaría ser a cada individuo, como lo que percibe que a los demás les gustaría que fuese<sup>27</sup>, y se expresa en un juicio personal, ya sea de aprobación (positivo) o desaprobación (negativa).

El bienestar subjetivo, es un concepto global formado por dos componentes diferentes: el cognitivo y el afectivo<sup>28</sup>. El cognitivo, se refiere a la satisfacción con la vida, que es comúnmente definida como un conjunto de juicios evaluativos que realiza un individuo acerca de su vida en general<sup>29-30</sup>, los cuales dependen de las comparaciones que la persona hace entre las diferentes circunstancias y experiencias de su vida y un estándar que considera apropiado<sup>31</sup>.

Por su parte, el componente afectivo se divide en dos dimensiones<sup>32</sup>: el afecto positivo representa la dimensión de emocionalidad placentera y está caracterizado por la experiencia de sentimientos como la satisfacción, gusto, felicidad, entusiasmo, optimismo, autonomía, esperanza, seguridad, tranquilidad y confianza. En contraste, el afecto negativo representa la dimensión de emocionalidad displacentera y de malestar, está caracterizado por la experimentación de desinterés, aburrimiento, tristeza, culpa, angustia, sufrimiento, miedo, vergüenza y pesimismo<sup>13</sup>.

Por otro lado, la discriminación percibida se refiere a la experiencia subjetiva o percepción de ser tratado de forma diferente o injusta en relación con los otros, debido a características personales como el género, raza, edad, habilidades u orientación sexual, entre otras,

en la experiencia cotidiana<sup>33-34</sup> y constituye un proceso cognitivo y afectivo sumergido en un contexto sociocultural e histórico en el que está inmerso el individuo<sup>35</sup>.

De acuerdo con Plous<sup>36</sup>, el estudio de la discriminación percibida tiene diversos beneficios. Primero, ofrece una comprensión más completa al incluir la perspectiva del grupo discriminado. Segundo, permite crear y desarrollar modos efectivos para que se tome conciencia de los alcances del fenómeno y se encuentren formas de reducir o eliminar las conductas discriminatorias. Y tercero, proporciona mayor información sobre las consecuencias psicológicas que ocasiona la exposición a la discriminación.

Por último, el concepto de identidad a menudo se utiliza para referirse a un proceso de integración del yo, en el que diferentes componentes contribuyen para la definición de uno mismo<sup>37</sup>. Según, la perspectiva de Tajfel y Turner, el yo se conceptualiza como una estructura jerárquica con diferentes niveles de abstracción en el que cada uno contribuye al sentido de un individuo sobre quién es. En el nivel interpersonal del sistema, la identidad personal se describe en términos que diferencian al individuo como distinto de otros miembros del grupo. En un nivel intergrupar, el individuo se caracteriza por identidades sociales enfatizando las similitudes compartidas entre los miembros del grupo,<sup>38-39</sup> que pueden ir desde atribuciones desde el nacimiento -como la raza o el género- o pueden incluir grupos en los que uno ha alcanzado el estatus de miembro<sup>40</sup>. La importancia asignada a cualquiera de los dos niveles mencionados, como niveles separados, desempeña una función importante en la conducción del comportamiento individual<sup>38</sup> y ayuda a definir el yo a través de las diferentes situaciones, ya que las personas seleccionan activamente categorizaciones y elementos que son centrales, importantes y útiles dependiendo de las circunstancias<sup>40</sup>.

En este contexto, el estudio tuvo por objetivos: 1) Describir la relación entre el uso de estrategias asertivas y defensivas con las variables psicológicas ya descritas, y 2) analizar qué variables predicen el uso de estas estrategias de manejo de impresiones.

### Muestra

Se trabajó con una muestra de 226 participantes voluntarios (78 hombres, 146 mujeres y dos personas quienes no especificaron su sexo) con un rango de edad de entre los 18 y 57 años ( $M=22.93$ ,  $D.E.=7.50$ ). De la muestra total, en cuanto a su ocupación, el 77% fueron estudiantes, el 9% fueron trabajadores asalariados, el

7% trabajaba por su cuenta, el 2% eran desempleados, 4% se dedicaba a quehaceres del hogar y el 0.4% eran jubilados.

### Instrumentos

Se utilizaron seis escalas para la realización del estudio:

1. *Escala de tácticas de auto presentación (Self-presentation tactics scale)*, desarrollada por Lee, Quigley, Nesler, Corbett y Tedeschi en 1999<sup>14</sup>. De acuerdo con los autores, cuenta con validez convergente ya que las estrategias defensivas correlacionan con la ansiedad social y el locus de control externo, y cuenta también con validez divergente al presentar una correlación negativa con la deseabilidad social. Asimismo, posee un alfa de Cronbach para las subescalas de estrategias de manejo de impresiones defensivas y asertivas de 0.86 y 0.91, respectivamente, y de 0.93 para la escala total. También cuenta con una correlación test-retest de 0.87 y 0.88 para ambas dimensiones. El formato de respuesta original es de nueve puntos (1. Muy infrecuente, 9. Muy frecuente), sin embargo, para esta investigación el formato de respuesta fue modificado a cinco puntos (1. Nunca, 5. Siempre) para los 63 reactivos de la prueba, los cuales se distribuyen en 12 estrategias que se acomodan en dos dimensiones (se incluye el nombre original del factor en inglés entre paréntesis y en cursivas): a) estrategias defensivas: 1) Excusas (*Excuse*), 2) Justificaciones (*Justification*), 3) Deslinde (*Disclaimer*), 4) Sabotaje (*Handicapping*), 5) Apología (*Apology*); b) estrategias asertivas: 1) Congraciamiento (*Ingratiation*), 2) Intimidación (*Intimidation*), 3) Súplica (*Supplication*), 4) Designación (*Entitlement*), 5) Potenciación (*Enhancement*), 6) Criticar (*Blasting*), 7) Ejemplificación (*Exemplification*).
2. *La Escala de Autoestima de Rosenberg (The Rosenberg Self-Esteem Scale) (RSES)* desarrollada en 1965<sup>25</sup>. Está compuesta por 10 ítems que se refieren a la autoestima y autoaceptación calificados en una escala tipo Likert de 4 puntos, que van desde 1 (totalmente en desacuerdo) a cuatro (totalmente de acuerdo). Posee una confiabilidad test-retest con correlaciones de 0.85 y 0.88 y una validez convergente al estar correlacionada significativamente con otras medidas de autoestima, incluyendo el *Inventario de Autoestima de Coopersmith*.
3. *La Escala de satisfacción con la vida (The Satisfaction with life scale)*, elaborada por Diener, Emmons, Larsen y Griffin en 1985<sup>41</sup>, consta de 5 ítems con un formato de respuesta de 7 puntos (1. Totalmente en desacuerdo, 7. Totalmente de acuerdo) que se agrupan en un solo

factor el cual mide los juicios cognitivos globales de la satisfacción con la vida. Cuenta con una varianza explicada para la escala total del 66% y un alfa de Cronbach de 0.87.

4. *La Escala de identidad social y personal (The social and personal identities scale)*, realizada por Redmon, Biernat, Eidelman y Palenske en 2004<sup>40</sup>, está formada por 16 reactivos con un formato de respuesta de 10 puntos (1. No es nada importante para definir quién soy, 10. Es muy importante para definir quién soy), distribuidos en dos factores, los cuales explican el 35% de la varianza (identidad personal el 23% e identidad social el 12%). El instrumento posee un alfa de Cronbach 0.80 para la subescala de identidad social y 0.79 para la subescala de identidad personal.
5. *La Escala de Afecto*, elaborada por Velasco (en prensa)<sup>42</sup>, consta de 26 reactivos distribuidos en dos factores (afecto positivo con 11 y afecto negativo con 15) con un formato de respuesta tipo Likert de cinco puntos (1. Nunca, 5. Siempre). Cuenta con análisis psicométricos preliminares adecuados: una varianza explicada para la escala total de 53.16% y un alfa de Cronbach de 0.91 y 0.93 para las subescalas de afecto negativo y positivo, respectivamente, y para la escala total de 0.94.
6. *Escala de discriminación en la vida cotidiana (EDVC)*, validada por Williams, Yu, Jackson y Anderson (1997)<sup>43</sup>, mide reportes de discriminación en tres categorías distintas: a) frecuencia de los maltratos cotidianos, b) episodios recientes de discriminación (en los últimos 12 meses), y c) informes de discriminación en la historia de por vida (durante toda la vida del participante). Cuenta con nueve reactivos con un formato de respuesta de 4 puntos (1. En los últimos 2-3 días, 2. En la última semana, 3. En este mes, 4. Hace más de un año), y 3 preguntas abiertas. Posee un Alpha de Cronbach de 0.88.

## Procedimiento

Como primer paso, los instrumentos fueron traducidos de su idioma original al español, bajo los criterios de Brislin<sup>44</sup>, para poder ser utilizados. Posteriormente, se realizó un formulario en la plataforma de Google con los instrumentos, además de incluir una sección de datos sociodemográficos. La aplicación se llevó a cabo vía internet en un período de dos meses. A los participantes se les garantizó la confidencialidad de los datos y se les aseguró que la información sería utilizada únicamente para fines de investigación.

## RESULTADOS

Para cumplir con el primer objetivo del estudio, se realizaron dos análisis de correlación de Pearson. Los resultados del primer análisis arrojaron la existencia de correlaciones estadísticamente significativas, bajas y negativas entre las estrategias de manejo de impresiones defensivas y asertivas con la autoestima positiva y una correlación moderada-baja y positiva con el afecto negativo y la discriminación. Por otro lado, se obtuvo una correlación estadísticamente significativa, baja y negativa entre las estrategias defensivas con la satisfacción con la vida y el afecto positivo, y una correlación baja y positiva con la autoestima negativa. Por otra parte, las estrategias asertivas se correlacionaron baja y positivamente con la identidad social y personal, como se muestra en la Tabla 1.

Posteriormente, los resultados del segundo análisis para cada una de las estrategias arrojaron la existencia de correlaciones estadísticamente significativas, bajas y negativas entre la autoestima positiva con las estrategias: excusas, justificación, deslinde, sabotaje, congraciamiento, suplica, designación, potenciación y criticar. Por su parte, la autoestima negativa se

**Tabla 1.** Correlación entre las estrategias de manejo de impresiones y la satisfacción con la vida, la identidad social y personal, el afecto positivo y negativo, así como la discriminación.

	APOS	ANEG	SAVI	IDSO	IDPE	AFPO	AFNE	DISC	Media	D.E.
Defensivas	<b>-.275**</b>	<b>.242**</b>	<b>-.195**</b>	.119	.093	<b>-.150*</b>	<b>.406**</b>	<b>.318**</b>	2.65	0.62
Asertivas	<b>-.285**</b>	.119	-.040	<b>.252**</b>	<b>.211**</b>	-.012	<b>.280**</b>	<b>.292**</b>	1.92	0.57
Media	3.19	2.17	3.69	4.12	5.66	3.68	2.76	1.66		
D.E	0.83	0.90	0.85	2.15	2.19	0.73	0.81	0.58		

Nota: APOS=Autoestima positiva, ANEG=Autoestima negativa, SAVI=Satisfacción con la vida, IDSO=Identidad social, IDPE=Identidad personal, AFPO=Afecto positivo, AFNE=Afecto negativo, DISC=Discriminación. Se utilizó una muestra de 226 personas (78 hombres, 146 mujeres). \*\*p<0.01. \*p<0.05. Las correlaciones significativas están señaladas en negritas.

correlacionó baja y positivamente con las estrategias: excusas, justificación, deslinde, sabotaje, súplica, designación y potenciación. Por otro lado, la satisfacción con la vida se correlacionó de manera moderada-baja y negativa entre con las estrategias: excusas, deslinde y sabotaje. Con relación a la identidad, se obtuvieron correlaciones bajas y positivas entre la identidad social con las excusas, congraciamiento, designación, potenciación, criticar y ejemplificación, así como entre la identidad personal con el congraciamiento, intimidación, potenciación, criticar y ejemplificación.

En cuanto al afecto, se encontraron correlaciones estadísticamente significativas bajas y negativas entre el afecto positivo con las estrategias: deslinde y sabotaje, así como correlaciones que van de moderadas a bajas y positivas entre el afecto negativo con las excusas, justificación, deslinde, sabotaje, apología, congraciamiento, intimidación, súplica, designación, potenciación y criticar. Por último, se encontraron correlaciones que van de moderadas a bajas y positivas entre la discriminación con las excusas, justificación, deslinde, sabotaje, apología, congraciamiento, intimidación, súplica, designación, potenciación y criticar como se muestra en la Tabla 2, cumpliendo con el primer objetivo del estudio.

Posteriormente, para cumplir con el segundo objetivo se llevaron a cabo dos análisis de regresión múltiple paso a paso. En el primer análisis las *Estrategias Defensivas Para*

*El Manejo De Impresiones* fue la variable dependiente y *Afecto Negativo, Afecto Positivo, Autoestima Positiva, Autoestima Negativa, Satisfacción con la vida, Identidad Social, Identidad Personal y Discriminación* las variables independientes. La tabla 3 muestra los coeficientes de regresión no estandarizados (B), los estandarizados ( $\beta$ ), los coeficientes de determinación ( $R^2$ ) y los intervalos de confianza.

En el primer paso del análisis, se incorporó en la ecuación el *Afecto Negativo* como predictor, explicando el 15.4% de la varianza,  $F(1, 207) = 37.663$ ,  $p < 0.01$ . En el segundo paso se incluyó en la ecuación la *Autoestima Positiva* como predictor, lo que explica el 19.4% de la varianza, observándose un incremento de  $R^2 = 0.040$ ,  $F_{incrementada}(1, 206) = 10.186$ ,  $p < 0.05$ . Para el tercer paso, se incluyó la *Identidad Social*, explicando el 20.9% de la varianza, observándose un incremento en  $R^2 = 0.015$ ,  $F_{incrementada}(1, 205) = 3.984$ ,  $p < 0.05$ .

En el segundo análisis, las *Estrategias Asertivas para el Manejo de Impresiones* fue la variable dependiente y *Afecto Negativo, Afecto Positivo, Autoestima Positiva, Autoestima Negativa, Satisfacción con la Vida, Identidad Social, Identidad Personal y Discriminación* las variables independientes. Los coeficientes de regresión no estandarizados (B), los estandarizados ( $\beta$ ), los coeficientes de determinación ( $R^2$ ) y los intervalos de confianza se muestran en la Tabla 4.

**Tabla 2.** Correlación entre la satisfacción con la vida, la identidad social y personal, el afecto positivo y negativo, así como la discriminación con las estrategias de manejo de impresiones.

	ES	JU	DE	SA	AP	CO	IN	SU	DE	PO	CR	EJ	Media	D.E.
APOS	<b>-.25**</b>	<b>-.23**</b>	<b>-.26**</b>	<b>-.26**</b>	-.031	<b>-.26**</b>	-.12	<b>-.32**</b>	<b>-.33**</b>	<b>-.25**</b>	<b>-.21**</b>	-.08	3.19	0.83
ANEG	<b>.18**</b>	<b>.16*</b>	<b>.21**</b>	<b>.28**</b>	.08	.10	.04	<b>.17*</b>	<b>.15*</b>	<b>.14*</b>	.10	-.02	2.17	0.90
SAVI	<b>-.17**</b>	-.11	<b>-.21**</b>	<b>-.31**</b>	.05	.00	-.08	-.11	-.07	-.05	-.08	.11	3.69	0.85
IDSO	<b>.16*</b>	.13	.08	.07	.00	<b>.27**</b>	.11	.10	<b>.24**</b>	<b>.27**</b>	<b>.18**</b>	<b>.16*</b>	4.12	2.15
IDPE	.11	.09	-.00	.13	.03	<b>.18**</b>	<b>.18**</b>	.06	<b>.16*</b>	<b>.22**</b>	<b>.21**</b>	<b>.14*</b>	5.66	2.19
AFPO	-.12	-.10	<b>-.19**</b>	<b>-.24**</b>	.09	.06	-.03	-.06	-.07	-.00	-.10	.09	3.68	0.73
AFNE	<b>.26**</b>	<b>.23**</b>	<b>.30**</b>	<b>.55**</b>	<b>.19**</b>	<b>.20**</b>	<b>.29**</b>	<b>.34**</b>	<b>.25**</b>	<b>.26**</b>	<b>.26**</b>	.00	2.76	0.81
DISC	<b>.25**</b>	<b>.18**</b>	<b>.21**</b>	<b>.33**</b>	<b>.22**</b>	<b>.23**</b>	<b>.30**</b>	<b>.32**</b>	<b>.22**</b>	<b>.27**</b>	<b>.28**</b>	.043	1.66	0.58
Media	1.77	2.10	2.14	2.17	3.58	2.06	1.37	1.90	1.92	1.92	1.71	2.54		
D.E	0.70	0.90	0.83	0.81	0.83	0.73	0.56	0.72	0.68	0.74	0.71	1.02		

Nota: APOS=Autoestima positiva, ANEG=Autoestima negativa, SAVI=Satisfacción con la vida, IDSO=Identidad social, IDPE=Identidad personal, AFPO=Afecto positivo, AFNE=Afecto negativo, DISC=Discriminación, ES=Excusas, JU=Justificación, DE=Deslinde, SA=Sabotaje, AP=Apología, CO=Congraciamiento, IN=Intimidación, SU=Súplica, DE=Designación, PO=Potenciación, CR=Criticar, EJ=Ejemplificación. \*\* $p < 0.01$ . \* $p < 0.05$ . Las correlaciones significativas están señaladas en negritas.

**Tabla 3.** Resumen del análisis de regresión paso a paso para los predictores de las estrategias defensivas para manejo de impresiones.

Variables	$\beta$	EE	B	Intervalo de confianza	
				Mínimo	Máximo
1er Paso Afecto Negativo	0.279	0.048	0.369	0.185	0.373
2do Paso Autoestima Positiva	-0.139	0.047	-0.187	-0.233	-0.046
3er Paso Identidad Social	0.036	0.018	0.125	0.000	0.072

Nota:  $R^2=0.154$  para el paso 1 ( $p<0.01$ ),  $R^2=0.194$  para el paso 2 ( $p<0.05$ ),  $R^2=0.209$  para el paso 3 ( $p<0.05$ ).

**Tabla 4.** Resumen del análisis de regresión paso a paso para los predictores de las estrategias asertivas para manejo de impresiones.

Variables	$\beta$	EE	B	Intervalo de confianza	
				Mínimo	Máximo
1er Paso Discriminación	0.165	0.073	0.168	0.021	0.308
2do Paso Identidad social	0.060	0.017	0.223	0.027	0.094
3er Paso Autoestima positiva	-0.152	0.045	-0.218	-0.241	-0.062
4to Paso Afecto negativo	0.166	0.054	0.236	0.059	0.273
5to Paso Afecto positivo	0.144	0.056	0.181	0.034	0.253

Nota:  $R^2=0.079$  para el paso 1 ( $p<0.01$ ),  $R^2=0.146$  para el paso 2 ( $p<0.01$ ),  $R^2=0.181$  para el paso 3 ( $p<0.01$ ),  $R^2=0.203$  para el paso 4 ( $p<0.05$ ),  $R^2=0.229$  para el paso 5 ( $p<0.05$ ).

En el primer paso del análisis, se incorporó en la ecuación el Discriminación como predictor, explicando el 7.9% de la varianza,  $F(1, 207) = 17.817$ ,  $p<0.01$ . En el segundo paso se incluyó en la ecuación la identidad social como predictor, lo que explica el 14.6% de la varianza, observándose un incremento de  $R^2=0.067$ ,  $F_{incrementada}(1, 206) = 16.229$ ,  $p<0.01$ . Para el tercer paso, se incluyó la autoestima positiva, explicando el 18.1% de la varianza, observándose un incremento en  $R^2=0.035$ ,  $F_{incrementada}(1, 205) = 8.655$ ,  $p<0.01$ . El cuarto paso incluyó el afecto negativo, explicando el 20.3% de la varianza, observándose un incremento en  $R^2=0.022$ ,  $F_{incrementada}(1, 204) = 5.661$ ,  $p<0.05$ . El quinto paso incluyó el afecto positivo, explicando el 22.9% de la varianza, observándose un incremento en  $R^2=0.025$ ,  $F_{incrementada}(1, 203) = 6.671$ ,  $p<0.05$ .

## DISCUSIÓN

En general, dentro de la literatura se han desarrollado principalmente dos posturas con relación a las variables que intervienen en la presencia de estrategias de auto-presentación. Por un lado, se ha postulado que el uso de estas estrategias se relaciona con la presencia de satisfacción con la vida, estados emocionales positivos y con la ausencia de ansiedad y depresión<sup>19</sup>, debido a que permiten satisfacer las necesidades personales y sociales de los individuos, incrementar su nivel de bienestar y ajustarse satisfactoriamente a su entorno social<sup>9</sup>. En contraparte, autores como Banerjee y Watling<sup>21</sup> han descrito en general que, en presencia de variables psicológicas negativas (baja autoestima, necesidad de aprobación, etcétera), los individuos tienden a realizar

diferentes acciones y comportamientos para gestionar las impresiones que los demás tengan sobre ellos; los hallazgos de este estudio parecen sustentar esta última postura.

Con relación al primer objetivo, los resultados apuntan que el uso de estrategias defensivas para manejar impresiones se correlaciona de manera significativa con la presencia de variables como la autoestima negativa, la discriminación percibida y el afecto negativo, así como la ausencia de autoestima positiva, satisfacción con la vida y afecto positivo en los individuos. Baumeister<sup>45</sup> y Schutz y De Paulo<sup>46</sup>, con respecto a la autoestima, describen que cuando las personas poseen una autoestima negativa, desean ser percibidas por los demás congruentemente con sus identidades ideales y tienden a evitar los riesgos, comportarse con cautela y necesitar una mayor reafirmación externa. Por ello, en situaciones donde perciben que las impresiones que los otros tienen de ellos se pueden ver afectadas de forma negativa, tienden a dar excusas, justificaciones o explicaciones y crear obstáculos para alcanzar el éxito con el fin de reparar o defender la impresión<sup>47</sup>, esto debido a que se preocupan más por evitar situaciones negativas en lugar de lograr evaluaciones positivas<sup>48</sup>, en contraste con las personas con una autoestima más positiva que no tienden a realizar este tipo de comportamientos en situaciones similares, ni de manera proactiva.

Lo anterior está relacionado con la falta de satisfacción con la vida y la menor experiencia de estados afectivos positivos halladas en este estudio, ya que autores como Bernal<sup>49</sup> explican que la ausencia de autoestima positiva se asocia con la presencia de evaluaciones negativas acerca de las diferentes áreas donde se desarrolla un individuo, con la experimentación de estados afectivos negativos y la ausencia de emociones positivas. Así, los resultados corroboran lo reportado por Wang, Li, Sun, Zhang, Cheng<sup>50</sup>, encontrando que las personas que poseen juicios evaluativos que las tienen insatisfechas con sus vidas también tienden a sentirse solas y experimentan emociones como inseguridad, ansiedad, culpa, etc. que las motivan a dar explicaciones antes de que sucedan percances y crear obstáculos para alcanzar el éxito, con el fin de defender las identidades que desean proyectar.

Por otro lado, con relación a las estrategias asertivas, se hallaron correlaciones significativas con la presencia de identidad social y personal, la discriminación percibida y el afecto negativo, así como la ausencia de autoestima positiva. De esta manera, los hallazgos obtenidos apuntan que las personas que le dan importancia, tanto

a las similitudes como a las diferencias que poseen con relación a los otros para definirse a sí mismos, tienden a reclamar el crédito por situaciones positivas o logros alcanzados, realizar evaluaciones negativas de grupos o personas con las que no están relacionados, persuadir a los demás sobre lo positivo de sus conductas y mostrar comportamientos que son deseables de manera proactiva. En este punto, es importante resaltar que la identidad de un individuo se compone de muchas descripciones diferentes, o ideas acerca de la persona que piensa es<sup>51</sup> y es influida por como los demás lo tratan, lo perciben, lo evalúan y por su papel en el entorno<sup>52</sup>. Con respecto a esto, Lee, et al.<sup>14</sup> describen que los individuos al usar las estrategias de auto-presentación definen los elementos que los asemejan y los diferencias de los demás, lo cual les proporciona información acerca de sus características, cualidades, estatus y papel dentro un grupo, permitiéndoles no sólo crear impresiones deseadas en los demás, sino también poder construir y proteger sus propias identidades.

Por otra parte, con respecto a la discriminación percibida íntimamente, relacionada con la experimentación de estados afectivos negativos, los resultados evidenciaron que ser tratado de forma diferente o injusta, esta correlacionado con la utilización de estrategias de auto-presentación, tanto de manera defensiva, como asertiva (excepto con la ejemplificación). Gioaba y Krings<sup>53</sup> explican que esto se debe a una necesidad humana que se tiene en mayor o menor medida de pertenecer a grupos y mantener relaciones estables con los demás individuos.

Dicho lo anterior, es importante resaltar que estos resultados deben de ser interpretados y manejados de manera prudente debido a que las correlaciones obtenidas entre las estrategias para el manejo de impresiones y las variables utilizadas oscilaron en general entre bajas y moderadamente bajas.

En lo que respecta al segundo objetivo, los resultados obtenidos de los análisis de regresión lineal muestran como predictores en el uso estrategias defensivas: 1) el afecto negativo, 2) la ausencia de autoestima positiva y 3) la identidad social. Con relación al primer predictor, Ambrona y López-Pérez<sup>54</sup> mencionan que un mayor dominio de estados afectivos negativos se asocia con la preocupación constante de un individuo por cómo lo perciben los demás y de ser percibido como se desea, así como con estados de alerta y con una postura auto protectora donde se presta una atención particular a situaciones donde la impresión deseada está en peligro, que ocasiona a menudo que las personas se involucren en

la utilización de estrategias defensivas que les permitan proteger o reparar sus identidades.

Carrión<sup>55</sup>, con respecto al segundo predictor, describen que los individuos que poseen una ausencia de autoestima positiva presentan: una baja confianza y aprobación de ellos mismos, una mayor necesidad de reafirmación externa, tienden a percibir que su comportamiento social no es apropiado y consumen una gran cantidad de pensamiento y energía para evaluar cómo son percibidos por otras personas debido a que constantemente se concentran en la evitación de situaciones negativas, en consecuencia estas características los lleva a que constantemente manifiesten conductas para defender sus impresiones.

En cuanto al tercer predictor, con la idea de que la identidad social se desarrolla a través de la percepción de sí mismo y se deriva del conocimiento valorativo, emocional y cognitivo asociado a la pertenencia de uno o varios grupos<sup>56</sup>, Postmes, Baray, Haslam, Morton y Swaab<sup>57</sup> explican que está relacionada con diferentes conductas, en este caso una conducta de auto-presentación defensiva, a medida que se le da importancia al papel determinado por la sociedad y metas subyacentes al comportamiento prescrito por los grupos sociales en situaciones particulares, al nivel de motivación por pertenecer a grupos y a la creencia de que hacer la impresión “correcta” en otros es excepcionalmente importante en una gran variedad de contextos y resultados.

Finalmente, en cuanto a las estrategias asertivas, los hallazgos apuntaron como principales predictores: 1) la percepción de discriminación, 2) la identidad social, 3) la ausencia de autoestima positiva, 4) el afecto negativo y 5) el afecto positivo. Por lo tanto, se pone de manifiesto que cuando los individuos experimentan discriminación no son meramente receptores pasivos, sino también intervienen de diferentes maneras para mejorar la situación<sup>58</sup>, por ello, el percibir ser discriminado predice la realización estrategias de auto-presentación de manera proactiva, con el fin de disminuir esas evaluaciones o actitudes y los posibles efectos negativos<sup>52</sup> de manera que puedan ser percibidos de manera cálida, moral y competente, y así ser gustado y respetado<sup>59</sup>.

En cuanto al segundo predictor, es importante resaltar agregando a lo que ya se ha descrito, que la identidad también hace referencia a cómo una persona entiende su relación con el mundo y cómo se construye esa relación a través del tiempo y el espacio<sup>60</sup>, por ende, no es estática; más bien, es continuamente dinámica

mediada por los esfuerzos personales para controlar cómo uno es definido, percibido y retratado a sí mismo<sup>6</sup> y por la forma en cómo se crea y mantiene una imagen deseada<sup>61</sup>. Así, cuando una persona posee una identidad social característica de culturas latinoamericanas estará definida y delineada entorno a los demás y a sus similitudes con ellos<sup>62</sup>.

Con respecto al tercer predictor, Leary y Allen<sup>63</sup> describen que las suposiciones que se realizan acerca de cómo los otros consideran a un individuo son influidas por cómo se percibe él a sí mismo, esto se debe a que en general se asume la creencia de que la visión que otros tienen de una persona es esencialmente la misma o similar a la que él hace de sí mismo, así cuando una persona realiza autoevaluaciones menos positivas, también tiende a suponer que los demás lo perciben de la misma manera, en consecuencia ello parece motivar y predecir la utilización de manera proactiva de estrategias de auto-presentación.

Por último, la experimentación e intensidad de estados afectivos, tanto negativos como positivos, ha sido reconocida como una característica importante que predice conductas y reacciones de los individuos a los diferentes acontecimientos particulares de la vida<sup>64</sup>. Con base en esto, los hallazgos revelaron que no sólo emociones como la culpa, ansiedad e inseguridad, asociadas con una autoprotección, determinan un papel fundamental en el uso de estrategias asertivas, sino también emociones como felicidad, seguridad y confianza, están asociadas con la búsqueda de experiencias, desafíos y la motivación por enriquecer la vida<sup>13</sup>.

En conclusión, a partir de los resultados expuestos se cumplió con los objetivos planteados al describir y analizar la relación, así como la naturaleza de está, entre diversas variables negativas y del bienestar con el uso estrategias para manejar impresiones. Asimismo, debido a que muchos comportamientos humanos pueden ser entendidos como el producto de los intentos del individuo de comunicar información, este estudio proporcionó datos relevantes sobre los factores que intervienen independientemente de situaciones particulares en la presencia de estas estrategias y de su función en la vida cotidiana de los individuos.

## REFERENCIAS

1. Kacmar K. Tucker R. The moderating effect of supervisor's behavioral integrity on the relationship between regulatory focus and impression management. *Journal of Business Ethics* 2016; 135: 87-98.



2. Larson J. Tsitsos W. Speed dating and the presentation of self: A teaching exercise in impression management and formation. *Teaching Sociology* 2013; 41: 307-313.
3. Rusko T. Strategies and tactics of self-presentation in modern English conversational discourse. *Language in Different Contexts/Kalbair Kontekstai* 2011; 4: 171-179.
4. Goffman E. *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday, 1959.
5. Bolino M. Turnley W. Measuring impression management in organizations: A scale development based on the Jones and Pittman taxonomy. *Organizational Research Methods* 1999; 2: 187-206.
6. Schlenker B. *Impression Management: The self-concept, social identity, and interpersonal relations*. Monterey, Calif.: Brooks/Cole, 1980.
7. Leary M. Allen A. Terry M. Management of social images in naturalistic contexts versus laboratories: Implications for understanding and studying self-presentation. *European Journal of Social Psychology* 2011; 41: 411-421.
8. Mueller R. Heggstad E. Thorton G. Individual differences in impression management: an exploration of the psychological processes underlying faking. *Psychology Science* 2006; 48: 288-312.
9. Tetlock P. Manstead A. Impression management versus intrapsychic explanations in social psychology: A useful dichotomy? *Psychological Review* 1985; 92: 59-77.
10. Hart W. Adams J. Burton K. Tortoriello G. Narcissism and self-presentation: profiling grandiose and vulnerable narcissists' self-presentation tactic use. *Personality & Individual Differences* 2017; 104: 48-57.
11. Tedeschi J. Melburg V. Impression management and influence in the organization. *Research in the Sociology of Organization* 1984; 3: 31-58.
12. Bolino M. Kacmar K. Turnley W. Gilstrap J. A multi-level review of impression management motives and behaviors. *Journal of Management* 2008; 34: 1080-1109.
13. Balladares S. Saiz M. Sentimiento y afecto. *Ciencias psicológicas* 2015; 9: 63-71.
14. Lee S. Quigley B. Nesler M. Corbett A. Tedeschi J. Development of a self-presentation tactics scale. *Personality and Individual Differences* 1999; 26: 701-722.
15. Zhang G. Du Y. Lei L. Zheng X. The Development and Application of the Scale of Adolescents' Online Self-presentation. *Procedia Engineering* 2012; 29: 1651-1655.
16. Karam C. Sekaja L. Geldenhuys M. Validation of the Bolino and Turnley Impression Management Scale. *South African Journal of Psychology* 2016; 46: 530-541.
17. Baumeister R. Self-esteem, self-presentation, and future interaction: A dilemma of reputation. *Journal of Personality* 1982; 50: 29-45.
18. Overup C. Brunson J. Acitelli L. Presenting different selves to different people: Self-presentation as a function of relationship type and contingent self-esteem. *The Journal of General Psychology* 2015; 142: 213-237.
19. Acosta T. Domínguez A. El Manejo de la impresión y su influencia sobre el bienestar psicológico en dos comunidades latinoamericanas. *Acta de investigación psicológica* 2014; 4: 1535-1553.
20. Bourdage J. Wiltshire J. Lee K. Personality and workplace impression management: Correlates and implications. *Journal of Applied Psychology* 2015; 100: 537-546.
21. Banerjee R. Watling D. Self-presentational features in childhood social anxiety. *Journal of Anxiety Disorders* 2010; 24: 34-41.
22. Buss A. *Self-consciousness and social anxiety*. San Francisco: Freeman, 1980.
23. Boney-McCoy S. Gibbons F. Gerrard M. Self-esteem, compensatory self-enhancement, and the consideration of health risk. *Personality & Social Psychology Bulletin* 1999; 25: 954-965.
24. Martín-Albo J. Núñez J. Navarro J. Grijalvo F. The Rosenberg self-esteem scale: Translation and validation university students. *The Spanish Journal Psychology* 2007; 10: 458-467.
25. Rosenberg M. *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1965.
26. Moreno Y. Marrero R. Optimismo y autoestima como predictores de bienestar personal: diferencias de género. *Revista Mexicana de Psicología* 2015; 32: 27-36.
27. Luna, F. Bienestar subjetivo y satisfacción escolar en la adolescencia (Tesis doctoral). Universidad de Girona, España, 2012.
28. Godoy D. Martínez A. Godoy J. La escala de balance afectivo. Propiedades psicométricas de un instrumento para la medida del afecto positivo y negativo en población española. *Clínica y salud* 2008; 19: 157-189.
29. Diener E. Suh E. Lucas R. Smith H. Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin* 1999; 125: 276-302.
30. Barrantes K. Ureña P. Bienestar psicológico y bienestar subjetivo en estudiantes costarricenses. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación* 2015; 17: 101-123.
31. Espinoza, D. Uso de Facebook, soporte social y la satisfacción con la vida en universitarios limeños (Tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, 2016.
32. Medrano L. Flores P. Trógo M. Cuarello A. González J. Adaptación de la escala de afecto positivo y negativo (PANAS) para la población de estudiantes universitarios de Córdoba. *Anuario de investigaciones* 2015; 2: 22-36.
33. Pascoe E. Richman L. Perceived discrimination and health: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin* 2009; 135: 531-554.

34. Xuji J. Xia L. Perceived discrimination and antisocial behavior among Chinese rural-to-urban migrant adolescents: Mediating effects of social support. *International Journal of Psychology* 2017; 52: 327-335.
35. Mellor D. Contemporary racism in Australia: The experiences of aborigines. *Personality and Social Psychology Bulletin* 2003; 29: 474-486.
36. Merino M. Quilaqueo D. Saiz J. Discursive typology of perceived discrimination against mapuches in Chile. *Revista signos* 2008; 41: 279-297.
37. Deaux, K. Social identity. En: Worrel J, editor. *Encyclopedia of women and gender*. San Diego: Academic Press, 2001: 1059-1067.
38. Autiero G. Social and personal identities: Their influence on scholastic effort. *Review of Social Economic* 2015; 73: 19-33.
39. Deaux, K. Personalizing identity and socializing self. En: Breakwell G, editor. *Social psychology of identity and the self-concept*. London: Surrey University Press, 1992: 9-33.
40. Redmon M. Biernat M. Eidelman S. Palenske D. The Social and personal identities scale: A measure of the differential importance ascribed to social and personal self-categorizations. *Self and Identity* 2004; 3: 143-175.
41. Diener E. Emmons R. Larsen R. Griffin, S. The satisfaction with life scale. *Journal of personality assessment* 1985; 41: 71-75.
42. Velasco, P. Escala de Afecto, versión corta. Manuscrito no publicado. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2017.
43. Williams D. Yu Y. Jackson J. Anderson N. Racial differences in physical and mental health: Socio-economic status, stress and discrimination. *Journal of health psychology* 1997; 2: 335-351.
44. Brislin W. Back-translation for cross-cultural research. *Journal of Cross Cultural Psychology* 1970; 1: 185-216.
45. Baumeister R. A self-presentational view of social phenomena. *Psychological Bulletin* 1982; 91: 3-26.
46. Schutz A. DePaulo B. Self-esteem and evaluative reactions: Letting people speak for themselves. *Journal of Research in Personality* 1996; 30: 137-156.
47. Hermann A. Strategic self-presentation and self-esteem: compensatory self-enhancement and compensatory self-protection (Disertación de doctorado). The Ohio State University, Ohio, 2002.
48. Hermann A. Arkin R. On claiming the good and denying the bad: Self-presentation styles and self-esteem. *Individual Differences Research* 2013; 11: 31-43.
49. Bernal A. Una revisión histórica de la teoría de la autoestima: de William James a Nathaniel Branden, y un análisis de los seis pilares de la autoestima, de Branden (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, 2013.
50. Wang W. Li J. Sun G. Zhang X. Cheng Z. The cost to life satisfaction of impression management: The sense of control and loneliness as mediators. MPRA Paper, 2016.
51. Markus H. Nurius P. Possible Selves. *American Psychologist* 1986; 41: 854-969.
52. Kathleen M. Leary M. Rajeski W. Self-presentational concerns in older adults: Implications for health and well-being. *Basic & Applied Social Psychology* 2000; 22: 169-179.
53. Gioaba I. Krings F. Impression management in the job interview: An effective way of mitigating discrimination against older applicants? *Frontiers in Psychology* 2017; 8: 770.
54. Ambrona T. López-Pérez B. A Longitudinal analysis of the relationship between positive and negative affect and health. *Psychology* 2014; 5: 859-863.
55. Carrión S. Autoestima y desarrollo personal con PNL. España: Ediciones Obelisco, 2007.
56. Vera-Márquez A. Palacio J. Maya I. Holgado D. Identidad social y procesos de ajuste de los niños víctimas de violencia política en Colombia. *Revista Latinoamericana de Psicología* 2015; 47: 167-176.
57. Postmes T. Baray G. Haslam S. Morton T. Swaab R. The dynamics of personal and social identity formation. En: Postmes T. Jetter J, editores. *Individuality and the group, advances in social identity*. London: Sage, 2006: 215-237.
58. Neel R. Neufeld S. Neuberg S. Would an obese person whistle Vivaldi? Targets of prejudice self-present to minimize appearance of specific threats. *Psychological Science* 2013; 24: 678 - 687.
59. Bergsieker H. Shelton N. Richeson J. To Be liked versus respect: Divergent goals in interracial interactions. *Journal of Personality and Social Psychology* 2010; 99: 248-264.
60. Norton B. Identity and language learning: Gender, ethnicity and educational change. Harlow, UK: Pearson Education, 2000.
61. Shepperd J. Rothman A. Klein W. Self-regulation, identity-regulation and health. *Self & Identity* 2011; 10: 281-283.
62. Markus H. Kitayama S. Culture and the self: implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review* 1991; 98: 224-253.
63. Leary M. Allen A. Self-presentational persona: Simultaneous of management of multiple impressions. *Journal of personality and social psychology* 2011; 101: 1033-1049.
64. Stoeber J. Roche D. Affect intensity contributes to perfectionistic self-presentation in adolescents beyond perfectionism. *Journal of Rational-Emotive & Cognitive-Behavior Therapy* 2014; 32: 164-180.